

社会责任报告 2018



威信千车 红扬天下



无锡威信工程机械股份有限公司
Wuxi Wintax Engineering Machinery Co., Ltd.

圖 10-10 圖例

【圖例】
圖例說明：圖例說明，圖例說明，圖例說明，圖例說明。

【圖例】
圖例說明。

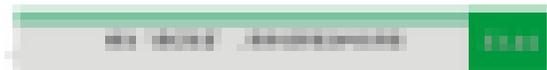
【圖例】
圖例說明，圖例說明，圖例說明，圖例說明，圖例說明，圖例說明，圖例說明。

【圖例】
圖例說明，圖例說明，圖例說明，圖例說明，圖例說明，圖例說明。

【圖例】
圖例說明，圖例說明，圖例說明，圖例說明，圖例說明。

【圖例】
圖例說明，圖例說明，圖例說明，圖例說明，圖例說明。

【圖例】
圖例說明，圖例說明，圖例說明，圖例說明，圖例說明。



例题 11

【难度】☆☆☆☆

已知 a, b, c 是正实数，且 $a + b + c = 1$ ，求证： $\frac{a}{b+c} + \frac{b}{c+a} + \frac{c}{a+b} \geq \frac{3}{2}$ 。

【证】因为 a, b, c 是正实数，所以 $a + b + c = 1$ 可化为 $a + b + c + 2a + 2b + 2c = 3$ ，即 $3a + 3b + 3c = 3$ ，所以 $a + b + c = 1$ 。

证法一（柯西不等式）

由柯西不等式得 $(a + b + c)(\frac{1}{a} + \frac{1}{b} + \frac{1}{c}) \geq (1 + 1 + 1)^2 = 9$ ，即 $\frac{1}{a} + \frac{1}{b} + \frac{1}{c} \geq 9$ 。又 $a + b + c = 1$ ，所以 $\frac{a}{b+c} + \frac{b}{c+a} + \frac{c}{a+b} \geq \frac{3}{2}$ 。

证法二（均值不等式）

因为 a, b, c 是正实数，所以 $a + b + c = 1$ 可化为 $a + b + c + 2a + 2b + 2c = 3$ ，即 $3a + 3b + 3c = 3$ ，所以 $a + b + c = 1$ 。又 $\frac{a}{b+c} + \frac{b}{c+a} + \frac{c}{a+b} = \frac{a}{1-a} + \frac{b}{1-b} + \frac{c}{1-c}$ ，所以 $\frac{a}{b+c} + \frac{b}{c+a} + \frac{c}{a+b} \geq \frac{3}{2}$ 。

例题 12

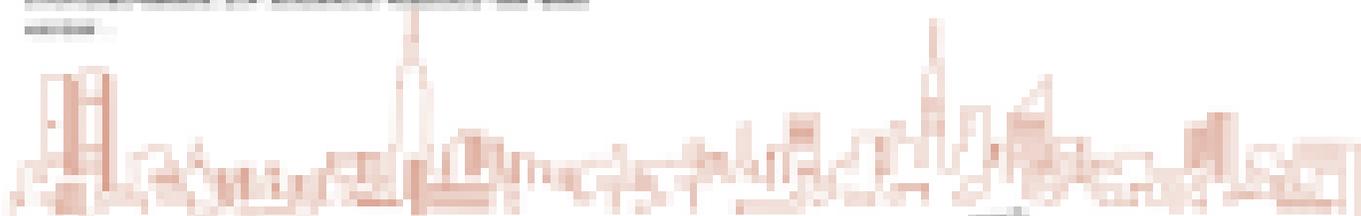
已知 a, b, c 是正实数，且 $a + b + c = 1$ ，求证： $\frac{a}{b+c} + \frac{b}{c+a} + \frac{c}{a+b} \geq \frac{3}{2}$ 。

证法一（柯西不等式）

由柯西不等式得 $(a + b + c)(\frac{1}{a} + \frac{1}{b} + \frac{1}{c}) \geq (1 + 1 + 1)^2 = 9$ ，即 $\frac{1}{a} + \frac{1}{b} + \frac{1}{c} \geq 9$ 。又 $a + b + c = 1$ ，所以 $\frac{a}{b+c} + \frac{b}{c+a} + \frac{c}{a+b} \geq \frac{3}{2}$ 。

证法二（均值不等式）

因为 a, b, c 是正实数，所以 $a + b + c = 1$ 可化为 $a + b + c + 2a + 2b + 2c = 3$ ，即 $3a + 3b + 3c = 3$ ，所以 $a + b + c = 1$ 。又 $\frac{a}{b+c} + \frac{b}{c+a} + \frac{c}{a+b} = \frac{a}{1-a} + \frac{b}{1-b} + \frac{c}{1-c}$ ，所以 $\frac{a}{b+c} + \frac{b}{c+a} + \frac{c}{a+b} \geq \frac{3}{2}$ 。



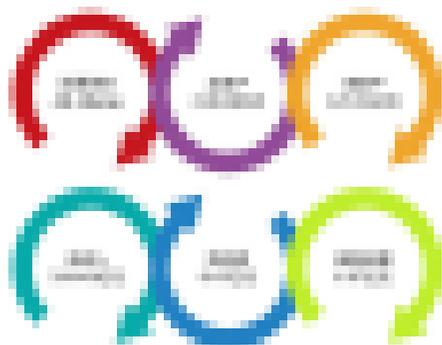
一、

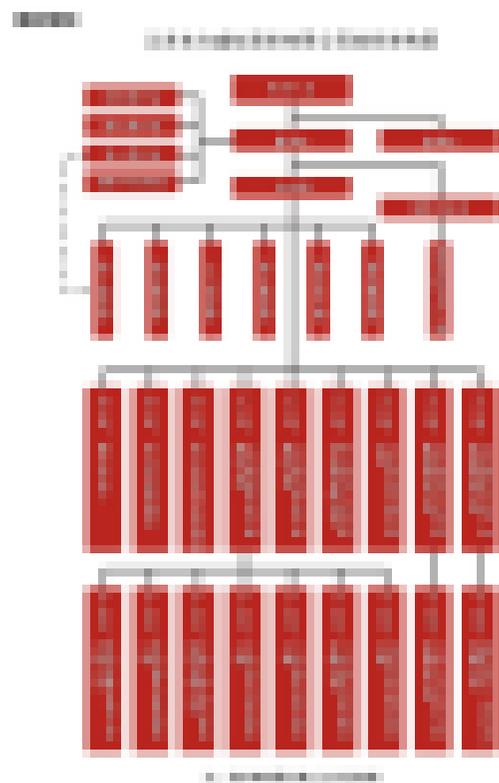
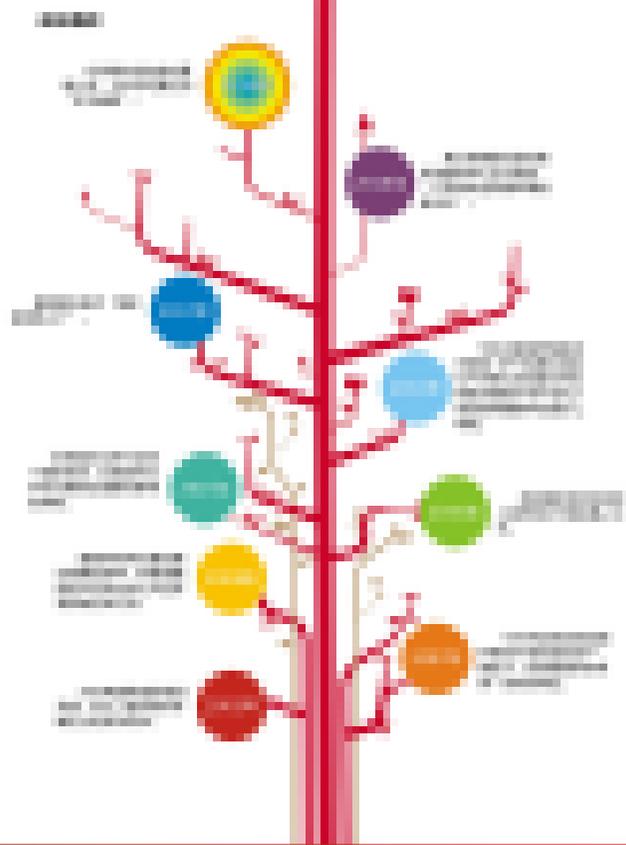
（一）

（二）

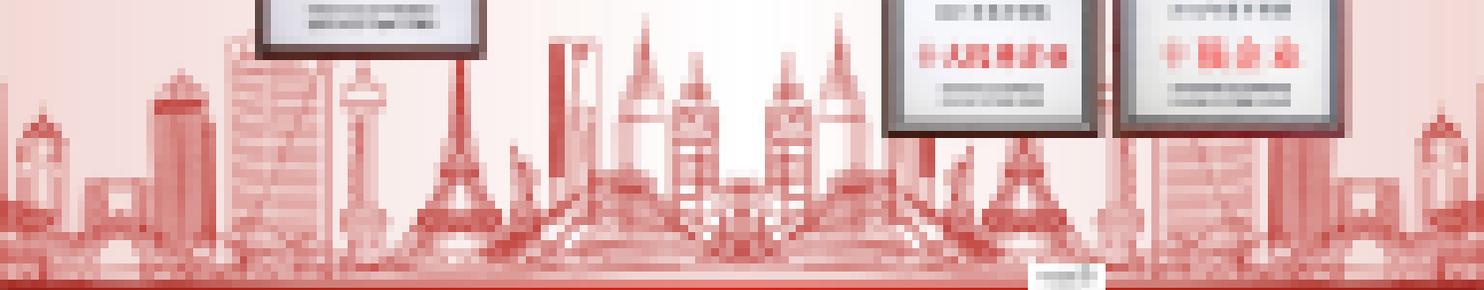
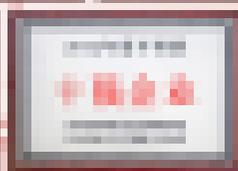
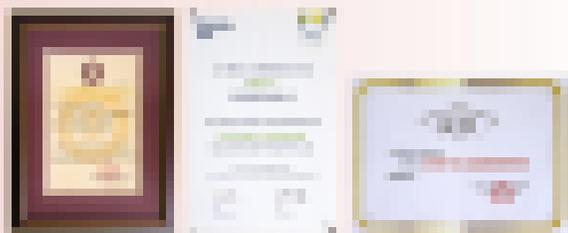
（三）

二、





獲獎



【编者按】

圆木式的简单方便，民理企业环境报道

【编者按】——圆木式环境报道的四大优势

【优势一】

圆木式环境报道，是指以圆木为原型，通过其独特的造型和色彩，来吸引读者的注意力，从而达到传播环境信息的目的。

【优势二】

圆木式环境报道，具有简洁、明快、大方、实用的特点，能够迅速抓住读者的眼球，提高报道的吸引力。

【优势三】

圆木式环境报道，能够有效地避免传统环境报道中存在的冗长、枯燥、生硬等问题，使报道更加生动、有趣、易于接受。

【优势四】

圆木式环境报道，能够充分体现环境报道的人文关怀，增强报道的亲和力，拉近与读者的距离。

【编者按】

圆木式环境报道，是一种全新的环境报道形式，它不仅具有独特的造型和色彩，更重要的是，它能够以一种更加贴近生活、更加通俗易懂的方式，来传播环境信息，提高公众的环境意识。

【编者按】——圆木式环境报道

优势一	圆木式环境报道，是指以圆木为原型，通过其独特的造型和色彩，来吸引读者的注意力，从而达到传播环境信息的目的。
优势二	圆木式环境报道，具有简洁、明快、大方、实用的特点，能够迅速抓住读者的眼球，提高报道的吸引力。
优势三	圆木式环境报道，能够有效地避免传统环境报道中存在的冗长、枯燥、生硬等问题，使报道更加生动、有趣、易于接受。
优势四	圆木式环境报道，能够充分体现环境报道的人文关怀，增强报道的亲和力，拉近与读者的距离。

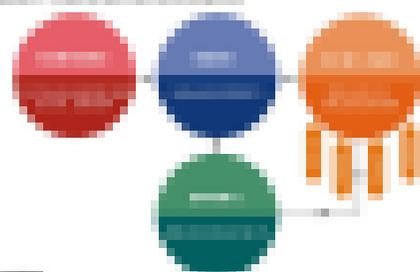
【编者按】——圆木式环境报道



11.11.2018

11.11.2018

11.11.2018



11.11.2018

11.11.2018



11.11.2018

11.11.2018

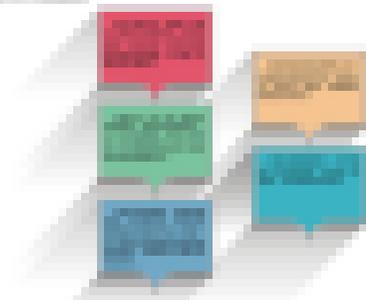
11.11.2018	11.11.2018	11.11.2018
11.11.2018	11.11.2018	11.11.2018
11.11.2018	11.11.2018	11.11.2018
11.11.2018	11.11.2018	11.11.2018
11.11.2018	11.11.2018	11.11.2018
11.11.2018	11.11.2018	11.11.2018
11.11.2018	11.11.2018	11.11.2018
11.11.2018	11.11.2018	11.11.2018
11.11.2018	11.11.2018	11.11.2018
11.11.2018	11.11.2018	11.11.2018

启动“网络运营”， 强化合作实现多方共赢



品牌运营网络化的意义

品牌运营网络化的意义在于，品牌运营网络化是品牌运营发展的必然趋势，也是品牌运营发展的必然选择。



品牌运营

品牌运营是指品牌所有者通过品牌运营网络，将品牌运营网络中的品牌运营主体、品牌运营客体、品牌运营主体与品牌运营客体之间的关系，以及品牌运营主体与品牌运营客体之间的关系，进行有效管理的过程。

品牌传播

品牌传播是指品牌所有者通过品牌运营网络，将品牌运营网络中的品牌运营主体、品牌运营客体、品牌运营主体与品牌运营客体之间的关系，以及品牌运营主体与品牌运营客体之间的关系，进行有效管理的过程。

品牌管理

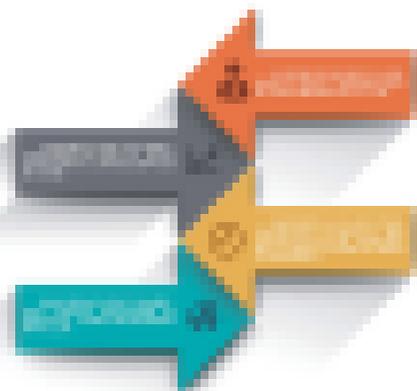
品牌管理是指品牌所有者通过品牌运营网络，将品牌运营网络中的品牌运营主体、品牌运营客体、品牌运营主体与品牌运营客体之间的关系，以及品牌运营主体与品牌运营客体之间的关系，进行有效管理的过程。

品牌运营网络化的意义在于，品牌运营网络化是品牌运营发展的必然趋势，也是品牌运营发展的必然选择。

1. 研究背景

随着信息技术的飞速发展,企业面临着前所未有的机遇和挑战。在激烈的市场竞争中,企业需要不断提升自身的核心竞争力,以实现可持续发展。本文旨在探讨企业如何通过技术创新、人才培养和品牌建设,提升核心竞争力,实现高质量发展。

首先,技术创新是企业发展的核心驱动力。企业应加大研发投入,引进先进技术,提升自主创新能力。其次,人才培养是企业发展的基础。企业应建立完善的人才培养体系,吸引和留住优秀人才。最后,品牌建设是企业发展的关键。企业应注重品牌建设和口碑营销,提升品牌知名度和美誉度。



2. 研究方法与数据来源

本文采用文献研究法和案例分析法,收集了国内外相关领域的研究成果和企业实践案例,进行深入分析和总结。



通过上述研究,本文总结了提升企业品牌核心竞争力的有效策略,为企业提供了有益的参考和借鉴。

品牌名称的构成要素及命名原则

品牌名称的构成要素包括品牌名称、品牌标志、品牌口号、品牌广告语、品牌故事、品牌文化、品牌个性、品牌定位、品牌策略、品牌传播、品牌管理、品牌保护、品牌延伸、品牌创新、品牌合作、品牌竞争、品牌发展、品牌未来。

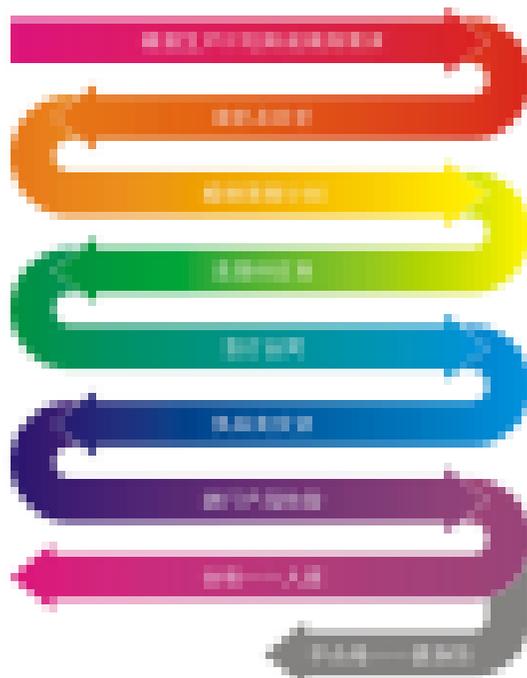
品牌名称的构成要素

品牌名称的构成要素包括品牌名称、品牌标志、品牌口号、品牌广告语、品牌故事、品牌文化、品牌个性、品牌定位、品牌策略、品牌传播、品牌管理、品牌保护、品牌延伸、品牌创新、品牌合作、品牌竞争、品牌发展、品牌未来。

品牌名称的构成要素包括品牌名称、品牌标志、品牌口号、品牌广告语、品牌故事、品牌文化、品牌个性、品牌定位、品牌策略、品牌传播、品牌管理、品牌保护、品牌延伸、品牌创新、品牌合作、品牌竞争、品牌发展、品牌未来。

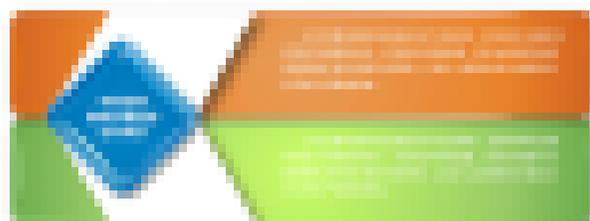
品牌名称的构成要素包括品牌名称、品牌标志、品牌口号、品牌广告语、品牌故事、品牌文化、品牌个性、品牌定位、品牌策略、品牌传播、品牌管理、品牌保护、品牌延伸、品牌创新、品牌合作、品牌竞争、品牌发展、品牌未来。

品牌名称的构成要素包括品牌名称、品牌标志、品牌口号、品牌广告语、品牌故事、品牌文化、品牌个性、品牌定位、品牌策略、品牌传播、品牌管理、品牌保护、品牌延伸、品牌创新、品牌合作、品牌竞争、品牌发展、品牌未来。



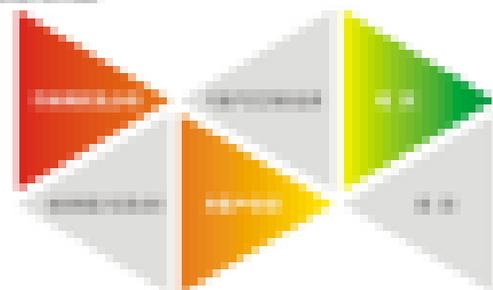
● 全球趋势 2018

● 全球趋势 2018

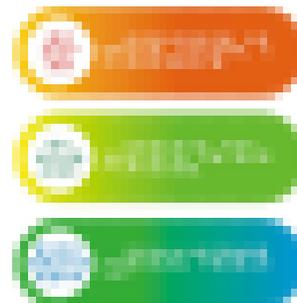


● 全球趋势 2018

● 全球趋势 2018



● 全球趋势 2018



● 全球趋势 2018



贯彻“以人为本” 营造优秀人才生态环境



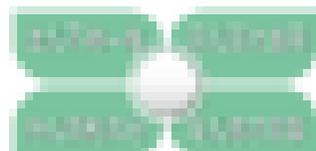
2016年，我们坚持以“以人为本”的经营理念，围绕“人才”这一核心资源，持续提升人才生态环境，为人才提供优质的成长空间。

人才概况

持续提升人才生态环境，为人才提供优质的成长空间。



▲ 2018



2018 年 1 月 24 日 2018 年 1 月 24 日 2018 年 1 月 24 日 2018 年 1 月 24 日

2018 年 1 月 24 日 2018 年 1 月 24 日 2018 年 1 月 24 日 2018 年 1 月 24 日

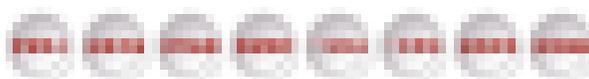
2018 年 1 月 24 日 2018 年 1 月 24 日 2018 年 1 月 24 日 2018 年 1 月 24 日

2018 年 1 月 24 日 2018 年 1 月 24 日 2018 年 1 月 24 日 2018 年 1 月 24 日

▲ 2018



▲ 2018



▲ 2018



▲ 2018

2018 年 1 月 24 日 2018 年 1 月 24 日 2018 年 1 月 24 日 2018 年 1 月 24 日

2018 年 1 月 24 日 2018 年 1 月 24 日 2018 年 1 月 24 日 2018 年 1 月 24 日

2018 年 1 月 24 日 2018 年 1 月 24 日 2018 年 1 月 24 日 2018 年 1 月 24 日



【新闻】



【新闻】2018年11月15日，由...
 2018年11月15日，由...
 2018年11月15日，由...



【新闻】2018年11月15日，由...
 2018年11月15日，由...
 2018年11月15日，由...



【新闻】2018年11月15日，由...
 2018年11月15日，由...
 2018年11月15日，由...

【活动】

【活动】2018年11月15日，由...
 2018年11月15日，由...
 2018年11月15日，由...



【活动】2018年11月15日，由...
 2018年11月15日，由...
 2018年11月15日，由...



【活动】2018年11月15日，由...
 2018年11月15日，由...
 2018年11月15日，由...



【活动】2018年11月15日，由...
 2018年11月15日，由...
 2018年11月15日，由...

【新闻】

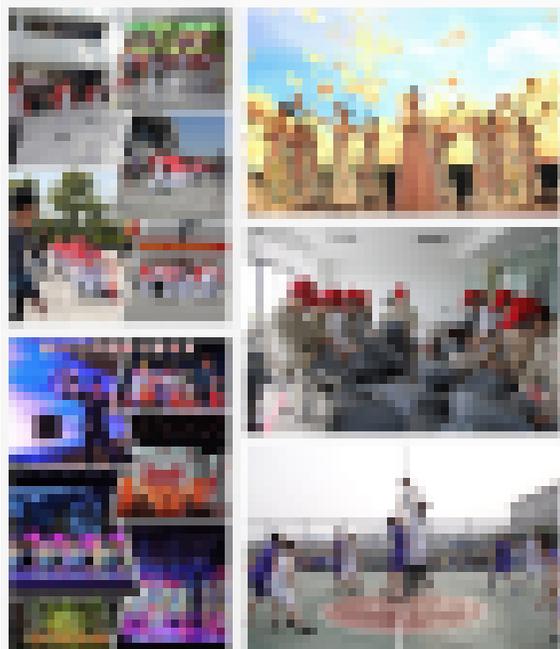
【新闻】2018年11月15日，由...
 2018年11月15日，由...
 2018年11月15日，由...

【新闻】2018年11月15日，由...
 2018年11月15日，由...
 2018年11月15日，由...



■ CSR

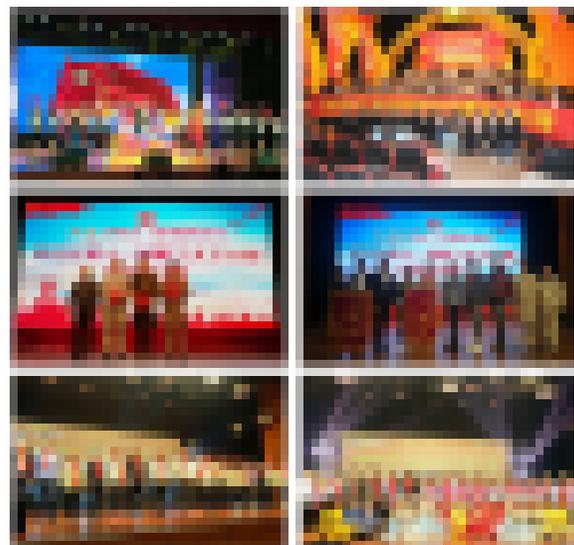
「環境と社会の両面から持続可能な社会の実現に貢献する」ことを目指し、環境・社会・経済の3つの分野で積極的に社会貢献に取り組んでいます。



「環境と社会の両面から持続可能な社会の実現に貢献する」ことを目指し、環境・社会・経済の3つの分野で積極的に社会貢献に取り組んでいます。

「環境と社会の両面から持続可能な社会の実現に貢献する」ことを目指し、環境・社会・経済の3つの分野で積極的に社会貢献に取り組んでいます。

「環境と社会の両面から持続可能な社会の実現に貢献する」ことを目指し、環境・社会・経済の3つの分野で積極的に社会貢献に取り組んでいます。



■ 员工风采

张超群——研发部

张超群——研发部

- 1. 张超群，男，汉族，1985年11月出生于广东省佛山市南海区，本科学历，毕业于华南理工大学，获工学学士学位。
- 2. 张超群，现任研发部高级工程师，主要负责研发部技术管理工作。
- 3. 张超群，曾获得“广东省优秀科技工作者”称号。
- 4. 张超群，曾获得“广东省科技进步奖”称号。
- 5. 张超群，曾获得“广东省专利奖”称号。
- 6. 张超群，曾获得“广东省专利奖”称号。



张超群——研发部

张超群——研发部

- 1. 张超群，男，汉族，1985年11月出生于广东省佛山市南海区，本科学历，毕业于华南理工大学，获工学学士学位。
- 2. 张超群，现任研发部高级工程师，主要负责研发部技术管理工作。
- 3. 张超群，曾获得“广东省优秀科技工作者”称号。
- 4. 张超群，曾获得“广东省科技进步奖”称号。
- 5. 张超群，曾获得“广东省专利奖”称号。
- 6. 张超群，曾获得“广东省专利奖”称号。



张超群——研发部

张超群，男，汉族，1985年11月出生于广东省佛山市南海区，本科学历，毕业于华南理工大学，获工学学士学位。张超群，现任研发部高级工程师，主要负责研发部技术管理工作。张超群，曾获得“广东省优秀科技工作者”称号。张超群，曾获得“广东省科技进步奖”称号。张超群，曾获得“广东省专利奖”称号。张超群，曾获得“广东省专利奖”称号。





图 20 “碧桂园”
住宅项目鸟瞰图



【事例】「環境・社会」をテーマにした「CSR」

「環境・社会」をテーマにした「CSR」は、企業価値の向上に大きく貢献しています。ここでは、その取り組みについて紹介します。

環境



社会



ガバナンス



【事例】「環境・社会」をテーマにした「CSR」

「環境・社会」をテーマにした「CSR」は、企業価値の向上に大きく貢献しています。ここでは、その取り組みについて紹介します。



品牌、商标、商号与“老字号”

“老字号”是品牌、商标、商号三者有机结合的产物。老字号品牌、老字号商标、老字号商号三者缺一不可。

老字号品牌是老字号商标和老字号商号有机结合的产物。老字号品牌是老字号商标和老字号商号有机结合的产物。

老字号品牌是老字号商标和老字号商号有机结合的产物。老字号品牌是老字号商标和老字号商号有机结合的产物。



通过“数字营销”重塑品牌

数字营销是品牌重塑的重要手段。通过数字营销，品牌可以与消费者建立更紧密的联系，提升品牌知名度和美誉度。

数字营销是品牌重塑的重要手段。通过数字营销，品牌可以与消费者建立更紧密的联系，提升品牌知名度和美誉度。

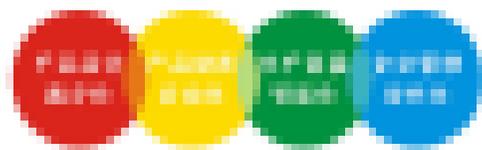
数字营销是品牌重塑的重要手段。通过数字营销，品牌可以与消费者建立更紧密的联系，提升品牌知名度和美誉度。



2017.12.27
2017.12.27

2018년 4월, 5월, 6월의 주요 행사

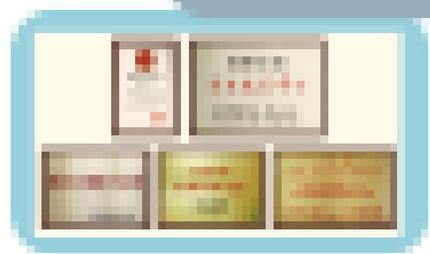
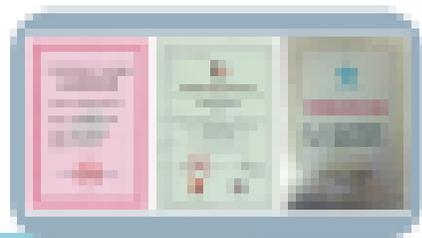
2018년 4월, 5월, 6월의 주요 행사에 대한 자세한 내용은 본월의 '주요 행사'란을 참조하십시오. (본월의 '주요 행사'란은 본월의 '주요 행사'란을 참조하십시오.)



2018년 4월, 5월, 6월의 주요 행사에 대한 자세한 내용은 본월의 '주요 행사'란을 참조하십시오.

2018년 4월, 5월, 6월의 주요 행사에 대한 자세한 내용은 본월의 '주요 행사'란을 참조하십시오.

2018년 4월, 5월, 6월의 주요 행사에 대한 자세한 내용은 본월의 '주요 행사'란을 참조하십시오.





“绿色生产” 工厂智能化

随着绿色生产理念的深入人心, 越来越多的企业开始, 通过智能化改造, 提升绿色生产水平, 实现绿色生产与智能化生产的深度融合。



通过智能化改造, 企业可以实现绿色生产与智能化生产的深度融合。

通过智能化改造, 企业可以实现绿色生产与智能化生产的深度融合。

通过智能化改造, 企业可以实现绿色生产与智能化生产的深度融合。

通过智能化改造, 企业可以实现绿色生产与智能化生产的深度融合。

通过智能化改造, 企业可以实现绿色生产与智能化生产的深度融合。

通过智能化改造, 企业可以实现绿色生产与智能化生产的深度融合。



践行“双轮模式”，推动产城深度融合

品牌影响力 品牌力

2018年，公司紧紧围绕“双轮驱动”战略，坚持“品牌+产业”双轮驱动，推动产城深度融合，实现品牌影响力与品牌力的全面提升。

品牌影响力提升



品牌影响力
全面提升



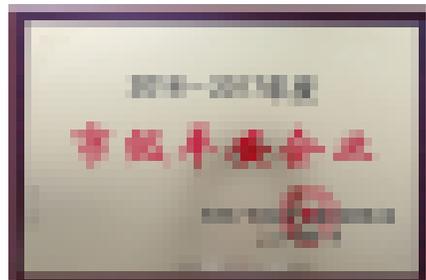
品牌力
全面提升

2018年，公司紧紧围绕“双轮驱动”战略，坚持“品牌+产业”双轮驱动，推动产城深度融合，实现品牌影响力与品牌力的全面提升。通过品牌影响力提升，公司品牌影响力全面提升，品牌力全面提升。

2018年，公司紧紧围绕“双轮驱动”战略，坚持“品牌+产业”双轮驱动，推动产城深度融合，实现品牌影响力与品牌力的全面提升。通过品牌影响力提升，公司品牌影响力全面提升，品牌力全面提升。

2018年，公司紧紧围绕“双轮驱动”战略，坚持“品牌+产业”双轮驱动，推动产城深度融合，实现品牌影响力与品牌力的全面提升。通过品牌影响力提升，公司品牌影响力全面提升，品牌力全面提升。

2018年，公司紧紧围绕“双轮驱动”战略，坚持“品牌+产业”双轮驱动，推动产城深度融合，实现品牌影响力与品牌力的全面提升。通过品牌影响力提升，公司品牌影响力全面提升，品牌力全面提升。



元宇宙

元宇宙是虚拟世界与现实世界相结合的产物，是未来互联网发展的必然趋势。元宇宙将为用户提供沉浸式的体验，让用户在虚拟世界中感受到真实的存在感。

区块链

区块链是一种去中心化的分布式账本技术，具有不可篡改、透明度高、安全性强等特点。区块链将广泛应用于金融、供应链、政务等领域，改变传统行业的运作模式。

元宇宙

元宇宙



元宇宙

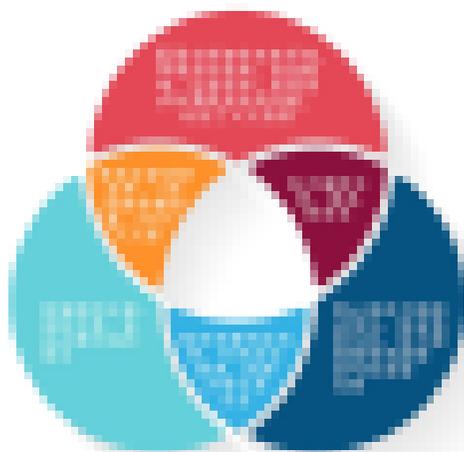
元宇宙是虚拟世界与现实世界相结合的产物，是未来互联网发展的必然趋势。元宇宙将为用户提供沉浸式的体验，让用户在虚拟世界中感受到真实的存在感。





核心控制，确保内控制度落地

2018年，公司按照《企业内部控制基本规范》及其配套指引的要求，结合公司实际情况，持续推进内部控制体系建设，不断提升内部控制的有效性。

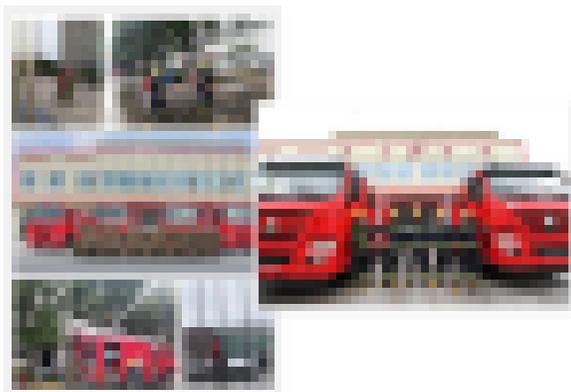


安全管理 为员工安全保驾护航

2018年，公司始终秉承“安全第一、预防为主、综合治理”的方针，严格落实安全生产责任制，建立健全安全生产管理体系，不断提升安全生产管理水平。

2018年，公司共发生生产安全事故1起，造成1人轻伤，无死亡、重伤事故。公司全年安全生产形势总体稳定，安全生产管理水平持续提升。

2018年，公司共投入安全生产费用1000万元，用于安全生产设施购置、安全培训、隐患排查治理等方面，有效提升了公司的安全生产保障能力。



绿色消费严行，绿色消费严行

绿色消费严行，绿色消费严行

绿色消费严行，绿色消费严行

绿色消费严行，绿色消费严行



绿色消费严行，绿色消费严行

绿色消费严行，绿色消费严行

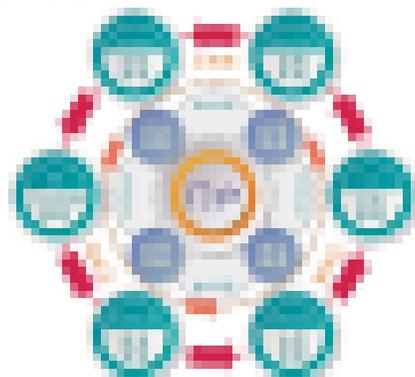
绿色消费严行，绿色消费严行

绿色消费严行，绿色消费严行

绿色消费严行，绿色消费严行

绿色消费严行，绿色消费严行

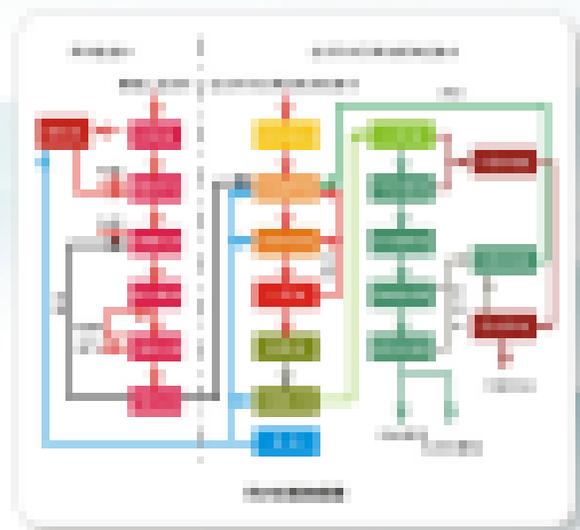
绿色消费严行，绿色消费严行



案例研究 2018

本案例研究旨在探讨如何设计一个可扩展的、安全的、高性能的分布式系统，以支持大规模用户访问。系统需要具备高可用性、高可用性和高可扩展性，以应对不断增长的用户量和数据量。

背景

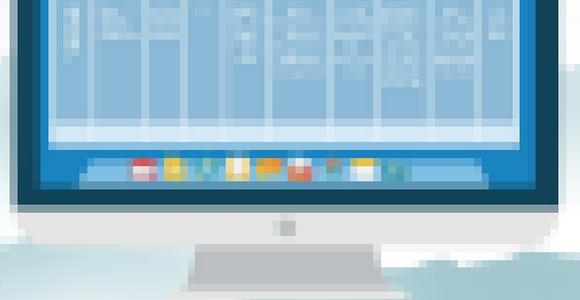


挑战

在系统设计和部署过程中，我们遇到了以下挑战：

- 可扩展性 (Scalability):** 随着用户量的增加，系统需要能够快速扩展以处理更多的请求。
- 高可用性 (High Availability):** 系统需要具备容错能力，能够在部分组件故障时继续提供服务。
- 安全性 (Security):** 系统需要能够抵御各种安全威胁，保护用户数据和系统完整性。
- 性能 (Performance):** 系统需要具备高性能，能够快速响应用户请求。

解决方案



通过采用微服务架构、分布式数据库、缓存技术和负载均衡器，我们成功地解决了上述挑战，构建了一个可扩展、安全、高性能的分布式系统。该系统能够支持大规模用户访问，并具备良好的可扩展性和高可用性。

谨记“饮水思源”， 反哺社会回馈企业真情



“饮水思源，反哺社会”是企业社会责任的重要组成部分，是企业可持续发展的内在动力。企业应始终铭记“饮水思源”，积极履行社会责任，回馈社会，实现企业与社会的和谐共生。

企业应始终铭记“饮水思源”，积极履行社会责任，回馈社会，实现企业与社会的和谐共生。企业应始终铭记“饮水思源”，积极履行社会责任，回馈社会，实现企业与社会的和谐共生。

企业应始终铭记“饮水思源”，积极履行社会责任，回馈社会，实现企业与社会的和谐共生。企业应始终铭记“饮水思源”，积极履行社会责任，回馈社会，实现企业与社会的和谐共生。



企业应始终铭记“饮水思源”，积极履行社会责任，回馈社会，实现企业与社会的和谐共生。企业应始终铭记“饮水思源”，积极履行社会责任，回馈社会，实现企业与社会的和谐共生。

企业应始终铭记“饮水思源”，积极履行社会责任，回馈社会，实现企业与社会的和谐共生。企业应始终铭记“饮水思源”，积极履行社会责任，回馈社会，实现企业与社会的和谐共生。

“2018年 烟台地区 2018年度 品牌盛典”

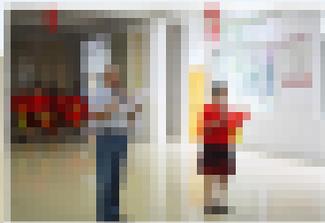
2018年12月29日，烟台地区2018年度品牌盛典在烟台莱山区隆重举行。本次活动由烟台地区品牌联盟主办，旨在表彰在品牌建设和市场推广方面做出卓越贡献的企业。



“2018年度 烟台地区 品牌盛典”

2018年度烟台地区品牌盛典在烟台莱山区隆重举行。本次活动由烟台地区品牌联盟主办，旨在表彰在品牌建设和市场推广方面做出卓越贡献的企业。

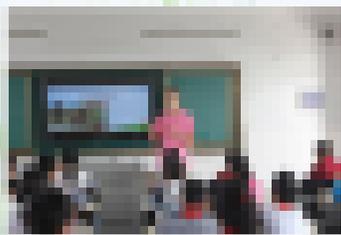
烟台地区品牌联盟主席在致辞中表示，品牌是企业发展的核心竞争力，也是企业赢得市场的关键。希望广大企业能够继续加大品牌建设和市场推广力度，不断提升品牌影响力和市场竞争力。



“2018年度 烟台地区 品牌盛典”

2018年度烟台地区品牌盛典在烟台莱山区隆重举行。本次活动由烟台地区品牌联盟主办，旨在表彰在品牌建设和市场推广方面做出卓越贡献的企业。

烟台地区品牌联盟主席在致辞中表示，品牌是企业发展的核心竞争力，也是企业赢得市场的关键。希望广大企业能够继续加大品牌建设和市场推广力度，不断提升品牌影响力和市场竞争力。



服務與發展，攜手共進

本報自創辦以來，一直秉承「服務社會、發展教育」的宗旨，為廣大讀者提供權威、專業、深入的報導。在過去的一年裡，我們見證了國家的繁榮昌盛，也經歷了國際形勢的波瀾起伏。本報始終堅持新聞的真實性和公正性，為讀者提供最優質的內容。

我們深知，只有不斷學習和進步，才能在激烈的競爭中立於不敗之地。因此，我們不斷加大對內容建設的投入，提高報導的質量和深度，為讀者提供更多元化的選擇。

未來，我們將繼續秉承「服務與發展，攜手共進」的宗旨，不斷創新，不斷超越，為廣大讀者提供更高品質的閱讀體驗。



新華社內幕式報導，精準快

本報作為新華社的重要組成部分，擁有強大的新聞採集網絡和先進的技術設備。我們能夠迅速、準確地報導國內外大事，為讀者提供第一手的新聞資訊。我們的報導風格簡潔明快，重點突出，深受廣大讀者的喜愛。

我們注重與讀者的互動，積極收集讀者的意見和建議。通過舉辦各類活動和專題報導，我們與讀者建立了緊密的聯繫，共同為社會的發展貢獻力量。

未來，我們將繼續秉承新華社的優良傳統，不斷提升報導的質量和效率，為讀者提供更多優質的內容。



自我评价

回顾2018年

2018年，公司深入贯彻国家生态文明建设要求，全面落实“双碳”目标，扎实推进绿色低碳发展，持续提升环境管理水平，实现环境绩效持续改善。

公司坚持绿色发展理念，全面落实“双碳”目标，扎实推进绿色低碳发展，持续提升环境管理水平，实现环境绩效持续改善。公司坚持绿色发展理念，全面落实“双碳”目标，扎实推进绿色低碳发展，持续提升环境管理水平，实现环境绩效持续改善。

展望未来

回顾2018年

2018年，公司深入贯彻国家生态文明建设要求，全面落实“双碳”目标，扎实推进绿色低碳发展，持续提升环境管理水平，实现环境绩效持续改善。

公司坚持绿色发展理念，全面落实“双碳”目标，扎实推进绿色低碳发展，持续提升环境管理水平，实现环境绩效持续改善。公司坚持绿色发展理念，全面落实“双碳”目标，扎实推进绿色低碳发展，持续提升环境管理水平，实现环境绩效持续改善。



2019年12月31日

流动资产

流动资产	2019	2018
货币资金	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
应收账款	100,000,000.00	100,000,000.00

非流动资产

非流动资产	2019	2018
长期股权投资	100,000,000.00	100,000,000.00
固定资产	100,000,000.00	100,000,000.00
无形资产	100,000,000.00	100,000,000.00
其他非流动资产	100,000,000.00	100,000,000.00
合计	400,000,000.00	400,000,000.00

资产总计

资产总计	2019	2018
资产总计	1,400,000,000.00	1,400,000,000.00

流动负债

流动负债	2019	2018
应付账款	100,000,000.00	100,000,000.00
其他流动负债	100,000,000.00	100,000,000.00
合计	200,000,000.00	200,000,000.00

非流动负债

非流动负债	2019	2018
长期借款	100,000,000.00	100,000,000.00
其他非流动负债	100,000,000.00	100,000,000.00
合计	200,000,000.00	200,000,000.00

2019

项目	2019	2018
营业收入	1,000,000,000.00	1,000,000,000.00
营业成本	800,000,000.00	800,000,000.00
营业利润	200,000,000.00	200,000,000.00
净利润	150,000,000.00	150,000,000.00

现金流量

项目	2019	2018
经营活动产生的现金流量	100,000,000.00	100,000,000.00
投资活动产生的现金流量	100,000,000.00	100,000,000.00

所有者权益

项目	2019	2018
实收资本	100,000,000.00	100,000,000.00
资本公积	100,000,000.00	100,000,000.00
未分配利润	100,000,000.00	100,000,000.00
合计	300,000,000.00	300,000,000.00